김해시 지역의 관광 및 이벤트 사업유치

김 영 구*

< 목 차 >

I. 서론
1. 연구목적
2. 연구내용 및 범위
II. 지역단위 관광 및 이벤트의 특성화방향
1. 지역단위 관광 및 이벤트
2. 지역단위 관광 및 이벤트 특성화 방향
III. 김해시지역 이벤트현황과 지역주민의 반응
1. 김해시지역 이벤트 현황
2. 김해시 지역주민의 반응
IV. 김해시지역 관광 및 이벤트 사업
1. 김해시지역 관광 및 이벤트 자원
2. 김해시지역 관광 및 이벤트 특성화방향

I. 서 론

지방자치단체별로 특색있는 관광 이벤트의 개발과 활성화에 대해 관심이 많아졌다.

그 이유로는 첫째, 교통과 통신수단의 발전으로 전국이 일일생활권이 됨으로 각지역에서 개최되는 이벤트라 해도 더 이상 특정지역의 이벤트행사로 국한되는 것이 아니라 전국적 차원의 관심뿐만 아니라 참여까지도 가능하게 된 것이다. 따라서 지역단위별로 특색있는 즉 차별화된 이벤트가 필요하게 되었다.

둘째, 주민들의 문화수준의 향상으로 인해 생활패턴과 욕구가 물질적 풍요로움보다는 개성화와 다양화를 추구하며, 객체로서보다는 주체로서 자신의 삶을 이끌고, 직접적인 참여를 통해 자아실현을 하고자 하는 의식들이 많아졌다.

셋째, 지방자치단체들이 지역활성화를 위해 지역경영전략의 일환으로서 다양하고 특성화된 이벤트행사들을 시행하게 되었다.

지역활성화라는 측면에서 본 관광 및 이벤트는 지역의 경제발전뿐만 아니라, 문화적 발전, 지역사회의 연대와 주민의 공동체의식을 함양할 뿐만 아니라, 지역의 지명도를 제고하는 등 지방자치단체의 사회, 정치, 경제, 문화 제분야의 향상을 동시에 이끌어낼 수 있는 수단이 되기도 한다.

이와 같은 배경에서 본 연구에서는 김해시에서 활성화될 수 있는 관광 및 이벤트의 개발 및 유치 방향을 모색하는 것을 목적으로 한다.

위와 같은 연구목적을 위해 본 연구는 먼저 문헌연구를 통하여 지역 관광 및 이벤트의 개발방향을 모색한 다음, 기존 김해시에서 열리고 있는 관광 및 이벤트 현황을

* 인제대학교 경영학부 교수

살피고, 이들 이벤트에 대한 참여자들의 반응을 설문을 통해 확인한다. 이를 통해 앞으로의 이벤트 활성화에 대한 방향을 수립하는데 참고자료로 삼는다. 그리고 이들 자료들을 사용하여 김해시의 특색있는 관광 및 이벤트의 활성화 방향을 이끌어낸다.

Ⅱ. 지역 단위 관광 및 이벤트 특성화 방향

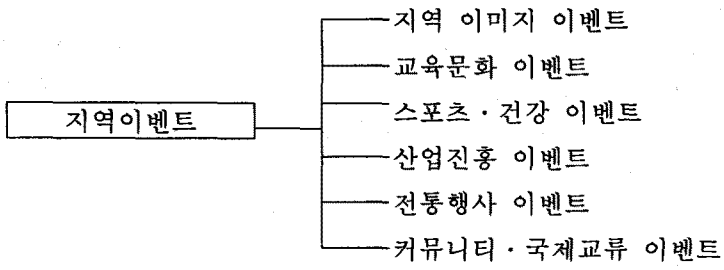
1. 지역단위 관광 및 이벤트

1) 지역단위 관광 및 이벤트의 정의

이벤트라는 말은 워낙 특별한 사건이나 행사를 가르킨다. 기업이나 조직이 어떤 목적을 가지고 이벤트를 기획하고 실시하기도 하는데 이때는 조직의 목적을 효과적으로 달성하기 위한 일종의 수단이나 전략으로서 계획적으로 실시되는 행사를 총칭한다. 이벤트를 활성화한다는 것은 "사람·물건·정보를 모으는 場을 적극적으로 만들어내는 것"을 말한다. 즉 많은 사람들에게 관심있는 볼거리를 제공함으로써 대면적 내지 개인적인 체험이나 커뮤니케이션의 장을 제공하는 것이다.

이렇게 볼 때 지방자치단체의 이벤트사업이란 크게 지역내의 관광객유치목적을 중심으로 하는 지역경제활성화 이벤트와 현지주민을 위해 행해지는 기획행사 등이 주류를 이룬다. 자치단체를 주체로 하여 이벤트를 정의한다면 "지방자치단체가 주최가 되어 당해지역의 지역활성화를 목적으로 특정기간동안 지역내에서 사전계획 하에 다수의 사람들을 참여시켜 직접적인 체험을 유도하기 위해 실행하는 비일상적이고 특별한 행사활동"을 의미한다.

<그림 1 > 지역단위 관광이벤트 종류



자료원: 장은주, 지방자치단체 이벤트 사업의 활성화방안, 한국지방행정원, 1996, p.27.

2) 지역단위 관광 이벤트의 종류

지방자치단체가 시행하는 이벤트사업의 종류는 지역활성화라는 측면에서 <그림 1>과 같이 구분될 수 있다.

3) 지역단위 관광이벤트로 인한 기대효과

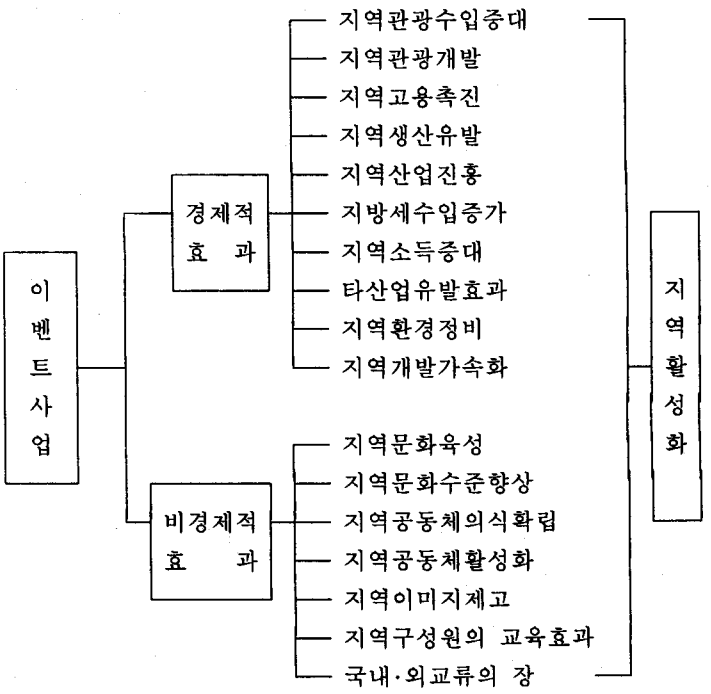
이벤트실시를 통해 지방자치단체가 얻을 수 있는 기대효과는 매우 다양하게 나타날 수 있는데, 크게 경제적 기대효과와 비경제적효과로 나누어 <그림 2>와 같이 정리할 수 있다.

2. 지역단위 관광 및 이벤트의 특성화방향

1) 지역단위 관광이벤트의 유형

지역단위 이벤트를 특성화한다는 것은 여러가지로 정의할 수 있겠지만 그 지역단위가 지니고 있는 특성 또는 이벤트가 목적으로 하는 사업 특성을 활성화는 방향이 있을 수 있다.

<그림 2 > 지방자치단체 관광이벤트사업의 기대효과



자료원: 장은주, 전게서, p.31.

여기서 그 지역단위가 지니고 있는 특성이란 지역에서 전통적으로 내려오는 문화적 요소 또는 지리적 특성을 말하며, 이벤트가 목적으로 하는 사업특성이란 이벤트가 무엇을 목적으로 열리는가에 따라 분류될 수 있다.

(1) 지역단위가 지닌 특성을 살리는 이벤트

현재 지방자치단체들이 시행하고 있는 이벤트사업들의 행사내용들을 구체적으로 살펴보면 크게 전통문화적 요소가 포함되느냐, 포함되지 않느냐로 구분이 가능하다. 전통문화적 요소란 우리민족의 관습 가운데 역사적 배경을 가진 것으로 공동체 내에 전해 내려오는 문화적 유산양식을 의미한다. 이러한 요소가 포함되어진 이벤트사업으로는 전통문화의 계승·발전을 위한 행사나 역사적 인물, 유적 사건 등을 기념하기 위한 것들이 있는데, 구체적으로는 제천행사, 신화나 설화, 전통풍속·민속놀이, 종합향토축제, 농경제, 추수감사제, 마을굿, 역사·제의 행사, 예술제 등이 이에 해당된다.

또한 지리적 특성을 살린 이벤트로는 강변 가요제, 철쭉제, 눈꽃축제, 산악제 등을 들 수 있다.

(2) 목적을 살리는 이벤트

지방자치단체들은 지역경제를 활성화하고 지역사회의 연대와 주민의 공동체의식 육성 정도의 목적만을 위한 미디어 혹은 수단 정도로 인식하고 있다. 이러한 목적 역시 명백히 구분되어 이벤트를 수단화하는 것도 아니지만, 이벤트사업의 개최목적을 굳이 구분한다면, 크게 지역주민의 공동체육성과 지역경제활성화로 나누어 볼 수 있다.

먼저, 지역주민의 공동체 육성을 목적으로 하는 이벤트란 해당 지역의 주민들이 지방자치단체가 주최가 되어 추진되는 이벤트사업에 참여함으로써 해당 지역에 대한 주민들의 귀속감을 높이며, 지역활동에의 참가를 촉진하고 지역의 구심점과 고유한 이미지를 형성하여, 살기 좋은 지역을 만들도록 하는 것을 의미한다. 이러한 목적의 이벤트들은 지역을 구성하는 주민들이 이벤트사업의 고객으로 내부지향적 이벤트라 할 수 있다.

지역경제 활성화란 이벤트가 경제적인 효과를 목적으로 관광상품으로 기능하여 지역의 관광수입을 증대시키거나, 해당지역의 특화산업을 진흥하는 수단으로 활용되거나, 지역홍보를 목적으로 수행되어지거나, 지역정비의 효과를 나타내며, 지역개발을 가속화하는 것들을 의미한다. 이러한 목적의 이벤트들은 외부인을 대상으로 행해지는 외부지향적 이벤트라 할 수 있다.

위와 같은 기준에 따라 지역단위 이벤트를 4가지의 유형으로 <표 1>과 같이 분류해 볼 수 있다.

<표 1> 지역단위 관광 이벤트의 4가지 유형

지역단위특성 / 개최목적	지 역 단 위 특 성	
	유	무
지역주민 공동체의식 함양	지역 고유 이벤트	지역공동체 활성화 이벤트
지 역 경 제 활 성 화	지역 고유경제 이벤트	지역경제 활성화 이벤트

① 지역 고유 이벤트

지방자치단체가 주최하는 이벤트사업 가운데에서 행사내용이 전통문화적 요소 또는 지역적 특성을 포함하는 것으로 구성되며, 지역주민의 공동체육성을 목적으로 시행되는 것을 의미한다. 이에 해당되는 행사로는 각종 도민민속예술경연대회, 민속연날리기대회, 지역전통문화, 예술제, 세시풍속놀이, 농악경연대회, 제천행사, 역사, 제의행사 등을 들 수 있다.

② 지역공동체 활성화 이벤트

지방자치단체가 주최하는 이벤트사업 가운데에서 행사내용에 전통문화적 요소 또는 지리적 요소가 포함되지 않거나 포함된다 하더라도 주요프로그램으로 시행되지 않으면서, 지역주민의 공동체 육성을 목적으로 시행하는 이벤트사업을 의미한다. 자치단체들이 시행하고 있는 군민의 날 행사, 체육행사, 걷기대회, 전통문화적인 요소가 배제된 각종 예술제 등을 대표적인 예로 꼽을 수가 있다.

③ 지역 고유경제 이벤트

지방자치단체가 지역경제의 활성화를 목적으로 전통 문화적 요소 또는 지리적 특성을 발굴하여 이를 수단으로 활용하는 이벤트사업들을 의미한다. 구체적으로는 해당지역의 전통 문화적 요소 또는 지리적 특성을 관광 상품화하거나 지역특화산업으로 개발되는 등 지역특성을 소재로 한 이벤트를 수단으로 지역경제를 진흥하고자 하는 것들이 이에 속한다. 구체적인 예로 서귀포시의 칠선녀축제, 관광지 상설민속공연단 공연이벤트, 남원의 춘향제 등과 남제주군의 고사리 꺾기 대회 등을 들 수 있다.

④ 지역경제 활성화 이벤트

지방자치단체가 주최가 되어 지역경제활성화를 위한 수단으로 행하는 이벤트사업 가운데에서 지역의 어떤 특성을 거의 포함하지 않는 이벤트를 말한다. 즉 이벤트 자체가 가지는 고유한 특성으로 인해 사람들이 몰리고 커뮤니케이션이 이루어지는 형태이다. 예를 들면 청소년들을 위한 콘서트 축제, 부산 국제 영화제, 나아가 아시안 게임, 올림픽 등을 들 수 있다.

2) 지역이벤트의 유형별 특성화 방향

(1) 지역 고유 이벤트의 특성화 방향

지역 고유 이벤트란 지방자치단체가 지역주민의 공동체 육성을 목적으로 지역의 고유한 특성을 살리는 요소가 포함된 행사내용을 중심으로 시행되는 이벤트사업을 의미한다. 이러한 이벤트가 활성화되기 위해서는 전통적 문화사업을 주도적으로 주창해 나갈 수 있는 역량과 전문성을 가진 인력을 확보하는 것이 중요하다.

문화전문요원이 필요하나 각 지역단위마다 운영하는 것은 비용의 측면이나 운영의 차원에서 어려움이나 비효율을 가져올 수 있으므로, 광역차원에서 기획기구 등을 상정하고 광역지역내의 기초자치단체들과 하나의 네트워크를 형성하여 문화관련정보를 교환하고 문화와 관련된 전반적인 운영을 책임지고 계획하는 중추기관으로서 독립된 역할을 수행하는 것이 권장되기도 한다.

또한 지역 내에 민간단체로 「지역전통문화이벤트 추진위원회」(가칭)를 두어 해당 지역의 전통문화이벤트를 기획하고 운영하도록 하는 방안을 생각해볼 수 있다. 이에는 해당 지역 각계각층의 주민대표들을 참가시킴으로서 자발적인 주민참여를 이끌어 낼 수 있을 것이다.

전통향토문화이벤트 가운데에서 지역의 독특한 특성이 관광상품화할만한 가치가 있다고 판단될 경우에는 지역고유경제이벤트로 전환하여 관광자원화를 통한 지역경제활성화를 이끌어낼 수 있는 수단으로 활용할 수도 있다.

(2) 지역 공동체 활성화 이벤트의 활성화 방향

지역 공동체 활성화 이벤트란 지방자치단체들이 지역의 특성과는 관계없이 지역주민의 공동체육성을 목적으로 하는 행사를 말한다. 지역주민의 공동체육성을 목적으로 시행되는 이벤트이므로 특별히 지역주민이 이벤트의 대상이 된다. 따라서, 이벤트기획부터, 실시, 평가에 이르기까지 주민의 참여가 절대적으로 필요하다.

시기나 행사규모 및 내용 등은 해당 자치단체의 주민들이 선호하는 범위 내에서 조정할 필요가 있다. 대규모 단위의 행사보다는 기초자치단체를 중심으로 소규모의 행

사를 저녁시간을 이용하여, 빈번하게 치르는 형태가 적합할 것이며, 대상별로 다양한 이벤트를 기획할 수도 있다. 주거지역형태에 따라서도 다양한 이벤트를 기획할 수 있을 것이며, 청소년의 방학기간이나, 직장인의 휴가기간에 맞추어 이벤트의 기간을 조정하는 방안도 고려되어야 한다.

농촌지역의 경우에는 대규모의 이벤트를 농한기를 중심으로 추진하는 것이 바람직할 것이며, 농촌지역을 구성하는 계층적 특색을 반영한 프로그램을 기획하는 것이 필요하다.

지역주민에 대한 특정분야의 교육이나 계몽을 위한 이벤트, 지역주민의 체력증진을 위한 스포츠이벤트 등이 있을 수 있다. 다양한 목적과 내용의 모색을 위해 새로운 아이디어가 매우 필요한 부분으로 지역주민의 의견을 반영할 수 있는 시스템의 구축이 필요하다.

(3) 지역 고유경제 이벤트 활성화 방향

지역 고유경제 이벤트란 지방자치단체가 지역경제 활성화를 목적으로 지역의 특성을 살리는 요소를 중심으로 하는 행사를 말한다. 문화상품을 개발하거나, 지역의 자연적 관광자원을 활용하거나, 지역의 특산물 또는 지역의 고유한 기업들이 산출하는 생산물을 중심으로 하는 이벤트를 말한다.

이를 현실화하기 위해서는 무엇보다도 해당 지역의 특기할만한 전통문화이벤트를 상품화할 수 있는 기반시설을 마련해야 할 필요가 있다. 자연과 어우러질 수 있는 공연장을 개발하거나, 자치단체가 기존에 지닌 민속관련 박물관 등을 이벤트의 장소로 활용하는 것들이다.

지역의 특유한 산업이 존재할 경우는 이들 산업체들과의 유기적 협조가 절대적으로 필요하다.

(4) 지역 경제 활성화 이벤트

지역 경제 활성화 이벤트란 지방자치단체들이 지역경제 활성화를 목적으로 지역의 특성을 가미하지 않는 행사를 말한다. 즉 이벤트 자체가 큰 매력이 되어 사람들이 관심을 가지고 몰리게 되어 지역경제 활성화에 기여하게 되는 이벤트를 말한다. 이러한 이벤트를 활용하기 위해서는 무엇보다 가장 중요한 것이 새로운 소재 및 아이디어의 발굴이다.

이러한 이벤트가 활성화되기 위해서 또 다른 중요한 측면으로는 홍보, 지역자원봉사자활용, 기반시설 설치 및 정비 등을 들 수 있다.

<표 2> 김해시지역 이벤트현황

행사명	일 시	주 최	후 원	행 사
가락문화제	5.1~ 4	김해시 김해시 체육회 가락문화제전위원회	경상남도 KBS창원방송총국 김해교육청 김해문화원 예총김해지부	전야제 식전공개행사 시민한마당행사 문화예술행사 축제행사 전시행사 민속행사 체육행사
김해꽃축제	5.22~25	김해시 김해꽃축제위원회	MBC부산·마산문화방송, PSB부산방송 김해신문, 가야신문 농협중앙회김해시지부 한국농업경영인김해시연합회 대동화훼작목회	사은행사 전야제 개장식 민속놀이 꽃농산물전시·판매 영농기술교류 기타
김해도자기축제	10.1~5	김해시	경상남도 부산일보사 김해신문사 김해문화원 김해시대	전야제 개막식 본행사 폐막식 부대코너운영
김해예술제	10.6~17	한국예총 김해지부	김해시 김해교육청 가야신문사	미술협회 사진작가협회 연예협회 무용협회 연극협회 문인협회 음악협회
진영단감축제	10.17~19	진영단감제전위원회	김해시,김해교육청 김해경찰서 농협중앙회김해시지부 KBS창원총국 마산MBC 부산MBC	전야제 식전공개행사 민속문화 체육행사 전시행사 단감홍보행사 특별행사 기타행사

Ⅲ. 김해시지역 이벤트 현황과 지역주민의 반응

1. 김해시지역 이벤트 현황

김해시에서 행하여지는 이벤트로서는 가락문화제, 김해꽃축제, 김해도자기축제, 김해예술제, 진영단감축제 등이 있다<표 2>.

2. 김해시 지역주민의 반응

김영구(1997)가 조사한 지역이벤트에 대한 김해시민의 반응을 보면 다음과 같다. 김해시민에 대한 설문응답자의 구성은 총 응답자 133명 가운데 나이별로는 20대 16명, 30대 41명, 40대 58명, 50대 14명, 60대이상 3명, 무응답 1명이었다. 성별로는 남자가 40명, 여자가 91명이었으며, 주거지별로는 김해시가 83명, 진영읍 거주자가 50명이 응답하였다<표 3>.

<표 3> 김해시민 설문 응답자 구성

항 목		응답수	%
나이	20대	16	12.1
	30대	41	31.1
	40대	58	43.9
	50대	14	10.6
	60대이상	3	2.3
	무응답	1	.8
성별	남	40	30.1
	여	91	68.4
지역	김해시	83	62.4
	진영읍	50	37.6
계		133	100.0

자료원: 김영구(1998), 특색있는 지역단위 이벤트 활성화 방안, 김해발전연구, 제2권 제1호, pp.289-309.

1) 김해시민의 김해시 이벤트에 대한 인지도와 참여도

김해시민의 김해시에서 열리는 각 이벤트에 대한 인지도를 보면 있는지도 몰랐다는 응답이 진영단감제가 2.3%, 가락문화제가 6.0%로 높은 인지도를 나타내었다. 이는 이 두 이벤트는 이미 오랜 역사를 지니고 있어 김해시민 대부분이 알고 있는 이벤트로 나타났다. 반면에 김해꽃축제와 김해 예술제는 각기 26.3%, 24.8%의 응답자가 있는지 몰랐다고 응답하여 상당수의 시민들이 이러한 이벤트를 듣지도 못한 상태에 있는바 이는 개최역사가 짧은 것과 이벤트의 특성이 시민들에게 잘 전달되지 못한 결과로 보인다. 반면에 도자기축제는 물론 이 설문이 행해진 시기가 10월 말이라 응답한 시기와 개최시기가 가까와서 쉽게 인지한 측면도 있지만 비교적 많이 알려진 이벤트로 보인다.

또한 참여도는 가락문화제, 진영단감제, 도자기 축제 등이 높게 나타났다. 이는 이들 이벤트들이 지역 특성과 밀착하여 지역 주민들의 참여도를 높인 것으로 평가된다. 특히 진영단감제와 도자기 축제는 이벤트를 통해 특산품을 구매하는 비중이 높게 나타나 이벤트의 특성을 만족시키고 있음을 나타냈다.

<표 4> 김해시민의 김해시 이벤트에 대한 인지도와 참여도

(응답자 131명, 계 100%)

	있는지 몰랐다	들은적은 있다	단순히 관람하러 갔다	행사에 직접 참여하였다	행사장에서 특산품을 구입하였다	무응답
가락문화제	8 6.0	69 51.9	43 32.3	9 6.8	3 2.3	1 0.8
김해꽃축제	35 26.3	66 49.6	22 16.5	6 4.5	2 1.5	2 1.5
김해예술제	33 24.8	77 57.9	13 9.8	7 5.3	1 0.8	2 1.5
도자기축제	21 15.8	60 45.1	26 19.5	10 7.5	14 10.5	2 1.5
진영단감제	3 2.3	54 40.6	35 26.3	19 14.3	20 15.0	2 1.5

자료원: 상게서

2) 김해시민의 각 이벤트별 만족정도

김해시민의 각 이벤트별 만족정도를 응답된 결과에 따라 살펴보면 각 이벤트에 대해 보통이상으로 만족하는 것으로 응답하였다. 진영단감제에 대한 만족도가 다른 이벤트에 비해 만족하는 정도가 비교적 높은 것으로 나타났다. 이에 비해 김해꽃축제는 만족도가 근소하지만 비교적 다른 이벤트에 비해 낮게 나타났다.

<표 5> 김해시민의 각 이벤트별 만족정도

(응답자 131명)

	평균	표준편차	무응답
가락문화제	2.62	0.67	46명
김해꽃축제	2.82	0.75	59
김해예술제	2.78	0.57	64
도자기축제	2.65	0.77	55
진영단감제	2.59	0.90	35

※ 5점척도: 그렇다; 1점, 정말 그렇지않다; 5점
자료원: 상게서

Ⅳ. 김해시지역 관광 및 이벤트사업의 특성화방향

1. 김해시지역 관광 및 이벤트 자원

지역단위 관광 및 이벤트사업을 유치하기 위해서는 이에 대한 특성화 방향을 설정하는 것이 먼저라 할 것이다.

볼거리와 놀거리, 그리고 먹거리라는 관광 및 이벤트가 이루어질 수 있기 위해서는 이를 제공할 수 있는 자원이 있어야 하고, 이들을 즐기면서 관광 및 이벤트 사업의 수익을 제고시킬만한 충분한 수의 관람객이 있어야 한다. 그리고 충분한 수의 관람객이 관광 및 이벤트에 접근할 수 있는 교통망 및 숙박시설과 외식시설이 확보되어야 할 것이다.

김해시는 인구 4백만의 부산과 1백만의 창원·마산 등지로부터 1시간이내에 접근 가능하며, 고속도로망과 경부선 철도, 김해공항 등이 근접하여 서울에서 2시간이내, 일본 후쿠오카에서 1시간이내에 접근이 가능한 도시이다. 그러므로 잠재된 관람객의 수는 확보는 가능하다 할 것이다. 또한 이와 같은 교통망은 타도시와의 연계된 관광 및 이벤트 개발을 가능하게 한다. 다만 호텔급 숙박시설이 아직은 충분치 못하나 이는 김해시의 발전과 수익성 있는 관광 및 이벤트 사업이 유치될 가능성만 있으면 숙박시설과 외식시설 또한 확보될 것이다.

이에 본 연구에서는 김해시의 관광 및 이벤트자원을 천연자원, 전통자원, 산업자원으로 나누어 살펴보고자 한다.

김해시의 천연자원으로는 낙동강, 드 넓은 김해평야, 그리고 신어산, 무척산, 분성산, 장유계곡, 장척계곡 등의 산과 계곡등을 들 수 있다.

전통자원으로는 김수로 왕릉, 구지봉과 허왕후릉, 회현리 패총과 대성리고분 등의 가락국과 관련된 유적지와 김해국립박물관 그리고 가락문화가 있다.

산업자원으로는 김해 전통의 농축산업, 화훼, 단감, 도자기 등의 산업과 아울러 자동차와 각종 기계류 부품산업, 그리고 의생명공학을 특성으로 하는 인제대학교와 함께 개발되고 있는 의생명산업 등이 김해의 주류 산업이라 할 것이다.

2. 김해시지역 관광 및 이벤트 특성화방향

지역단위 이벤트는 개최목적과 지역단위특성이라는 두가지 측면에서 볼 때 4가지 유형으로 나눌 수 있다. 개최목적이 지역주민 공동체의식의 함양이고, 지역단위특성을 활용하는 이벤트를 본 연구에서는 지역 고유 이벤트라고 하였다. 지역주민 공동체 의식의 함양을 목적으로 하면서 지역단위 특성이 거의 없는 이벤트를 지역공동체 활성화 이벤트, 지역경제 활성화를 목적으로 하면서 지역단위 특성을 지니는 이벤트를 지역 고유경제 이벤트, 그리고 지역경제 활성화를 목적으로 하면서 지역단위특성을 가지지 않는 이벤트를 지역경제활성화 이벤트라고 하였다.

김해지역에서 현재 행해 지고 있는 이벤트들을 위와 같은 유형으로 분류하면, 가락문화제는 지역 고유 이벤트, 김해 꽃축제, 김해 도자기 축제, 진영 단감 축제 등은 지역 고유경제 이벤트라고 할 수 있다.

먼저 김해지역 이벤트 특성화 방향으로써 이들 각 유형별로 실행 가능하면서 타지역과 차별화 될 수 있는 이벤트에 대한 대안들을 모색하고, 그리고 현재 진행 중인 이벤트와 대안으로 제시된 이벤트들이 활성화되기 위한 방안들을 제시함으로써 본 연구의 결론을 맺고자 한다.

첫째, 가락문화제를 지역 고유 이벤트로 활성화한다. 지역단위 특성을 활용하면서 지역주민 공동체의식을 함양하는 것을 목적으로 하는 지역 고유 이벤트로서 현재의 가락문화제를 활성화하는 방안은 가야 문화의 독특성을 강조하여 김해지역 고유의 특성을 중심으로 다른 지역 이벤트와 차별화하는 것이다. 이를 위해서는 현재 개관중인 김해 박물관의 특별 전시회, 회현 패총 등의 제한된 발굴, 수로왕릉, 구지봉 등에 대한 관광 등을 연계한 관광상품화가 필요하다.

이를 위해서는 하드웨어적인 숙박시설, 교통, 주차 등의 정비와 아울러 소프트웨어적인 관광상품화에 대한 프로그램이 필요하다. 특히 다른 지역에서의 이벤트 개최시기와의 차별화도 필요하다.

지역 고유의 이벤트로서 김해시 전체 차원에서 행해지는 가락문화제와 같은 대형

이벤트 뿐만 아니라 동별로 또는 특정 지역별로 지역 특성을 살린 이벤트가 개발될 수 있다. 예컨대 월촌을 중심으로 낙동강변을 이용한 낙동강 이벤트를 개발할 수 있으며, 서낙동강을 중심으로 하여 물을 활용하여 지역 주민의 공동체 의식을 함양을 하는 이벤트를 개발 할 수 있다.

이를 위해 해당 지역 전통문화이벤트를 기획하고 운영하는 주민대표들로 구성된 위원회를 두는 방안도 있을 수 있다.

둘째, 지역공동체 활성화 이벤트의 개발이 필요하다. 이는 지역의 특성과는 관계없이 지역 주민의 공동체 함양만을 목적으로 하는 이벤트이다. 김해시에서 실행하고 있는 근린 공원 또는 학교 운동장을 이용한 영화 상영 또는 야외 음악회 등이 이에 속한다. 그러나 이들 이벤트들은 주민들이 와서 관람하는 차원에 머문다. 여기서 더 나아가 주민들이 스스로 기획 단계에서부터 참여하는 이벤트가 개발될 필요가 있다. 예컨대, 청소년들의 방학기간을 이용한 동별 길거리 농구대회, 축구대회 등 스포츠 이벤트, 청소년들의 콘서트, 지역 주민의 특정분야 교육을 위한 이벤트, 신어산 산욕림장을 중심으로 한 걷기 대회, 신어산 또는 분성산을 이용한 대규모 보물찾기 대회 등이 있을 수 있다.

셋째, 지역고유경제 이벤트의 개발이 필요하다. 지역의 특성을 살리면서 지역경제 활성화를 기하는 이벤트로써 진영단감제, 김해꽃축제, 김해도자기 축제 등이 여기에 속한다. 특히 가락 문화제와 같은 지역 고유 이벤트가 관광상품화되어 이러한 유형으로 발전하는 것이 바람직하다. 이를 위해서는 앞에서도 지적되었듯이 기반시설이 정비되어 있어야 한다.

이에 속하는 이벤트로서 지역 특유의 산업체와 협력하여 산업 이벤트를 벌일 수도 있다. 김해시의 경우 산재해 있는 중소기업들의 제품을 중심으로 이벤트를 할 수 있을 것이다.

넷째, 지역 경제 활성화 이벤트를 개발한다. 이는 지역경제 활성화를 목적으로 하는 이벤트이지만 지역특성이 거의 없는 경우를 말한다. 이러한 이벤트를 위해서는 김해시의 교통망을 이용하여 김해시 이외의 지역으로부터 축구등 스포츠 게임을 유치한다든지, 콘서트 등을 유치할 수 있을 것이다. 또는 기반시설이 갖추어지면 트레이드 쇼 등을 유치할 수 있다.

다섯째, 이러한 이벤트들이 활성화되기 위해서는 기획, 집행, 예산 등에 관하여 지속적인 관리가 있어야 한다. 미국의 소도시에서는 공항이나 버스 터미널, Visitor Center에는 1년 이벤트 달력이 비치되어 있다. 언제, 어디서, 어떤 이벤트가 있는지 한눈에 알 수 있으며 미리 준비할 수 있게 만든다. 이러한 시스템이 구축되기 위해서는 무엇보다 지속적인 관리가 수행되어야만 한다.

참고문헌

경남개발연구원(1995), 경영수익사업: 국제비교 및 평가.

김영구(1999), 동서지역 특성에 맞는 이벤트 활성화 방안, 마케팅과학연구, 제3집, 63-78

김영구(1998), 특색있는 지역단위 이벤트 활성화 방안, 김해발전연구, 제2권 제1호, 289-309.

박정선(1996), 이벤트론- 이론과 사례, 도서출판 컴퓨러.

민병근역(1994), 당신도 이벤트 연출자가 될 수 있다, 도서출판 가나다라.

안광호·유창조(1998), 광고원론-통합적 마케팅 커뮤니케이션, 법문사.

엄정인(1999), 남해안 관광벨트 활성화를 위한 동·서협력체계 구축방안, 마케팅과학연구, 제3집, 23-38.

이건철(1999), 해양관광벨트 조성을 통한 동서간 연계방안 -남해안 관광유람선 사업을 중심으로-, 마케팅과학연구, 제3집, 99-136.

이봉훈(1997), 이벤트 교과서, 계백.

장은주(1996), 지방자치단체 이벤트 사업의 활성화방안, 한국지방행정원.

정강환(1996), 이벤트 관광전략 -축제와 지역활성화, 일신사.

한국관광공사(1994), 이벤트산업활성화방안.

Terence A. Shimp (1997), Advertising, Promotion, and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications, 4th. ed, 1997.